

# PERAN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN BADAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (BPM) DALAM PEMBANGUNAN SOSIAL DAN KEAGAMAAN DI KOTA LANGSA

**Syukur Kholil\*, Sahrul\*\*, Diaurrahman\*\*\***

\*Prof.Dr., MA, Pembimbing I Tesis Guru Besar Pascasarjana UIN Sumatera Utara

\*\*Dr., M.Ag Pembimbing II Dosen Pascasarjana UIN Sumatera Utara

\*\*\*Mahasiswa Program Studi Komunikasi Islam Pascasarjana UIN Sumatera Utara

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Badan Pemberdayaan Masyarakat dalam pembangunan sosial dan keagamaan di kota Langsa. Secara khusus, tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui bentuk Komunikasi Pembangunan Badan Pemberdayaan Masyarakat dalam pembangunan sosial dan keagamaan di kota Langsa. 2) Untuk mengetahui peran komunikasi pembangunan Badan Pemberdayaan Masyarakat dalam bidang sosial dan keagamaan di kota Langsa. 3) Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi pembangunan Badan Pemberdayaan Masyarakat dalam pembangunan sosial keagamaan di kota Langsa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif analitik. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam membangun masyarakat gampong, ada tiga peran yang dimainkan Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Langsa sebagai Komunikator Pembangunan sosial keagamaan. *Pertama*, Badan Pemberdayaan Masyarakat berperan sebagai katalisator atau sebagai orang yang berupaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. *Kedua*, Badan Pemberdayaan Masyarakat kota Langsa berperan sebagai orang yang memberikan solusi (*problem solver*) bagi setiap permasalahan yang dihadapi masyarakat, terutama dalam pembangunan. *Ketiga*, Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Langsa berperan sebagai inovator yang memperkenalkan ide-ide maupun penemuan-penemuan baru kepada masyarakat, terkait dengan dengan penggunaannya dalam mendukung suksesnya pembangunan.

## Pendahuluan

Pembangunan merupakan proses aktivitas yang bersifat kontinu dan terencana yang ditujukan untuk merubah dan meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi ke arah yang lebih baik dan wajar dari waktu ke waktu. Pembangunan di negara Indonesia bertujuan untuk meningkatkan pemerataan pembangunan beserta hasil-hasilnya melalui arah kebijakan pembangunan sektoral dan pemberdayaan masyarakat (*people empowering*) terutama di pedesaan. Pembangunan desa bersifat multisektoral dalam arti: pertama, sebagai metode pembangunan masyarakat, kedua, sebagai program dan ketiga, sebagai gerakan masyarakat dalam melaksanakan pembangunan yang dilandasi oleh kesadaran untuk meningkatkan kehidupan yang lebih baik.<sup>1</sup>

Program pengembangan Masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan prakarsa serta kreatifitas masyarakat untuk berswadaya dalam pembangunan belum dapat dicapai secara maksimal. Hal ini tercermin dari fakta bahwa masih ada kelompok masyarakat yang dikategorikan sebagai masyarakat tertinggal, terasing atau belum tersentuh oleh program pembangunan. Oleh karena itu peran Badan Pemberdayaan Masyarakat sebagai komunikator pembangunan tersebut harus mengandalkan kekuatan, potensi, karakteristik dan inisiatif dari masyarakat sendiri sebagai sumber pembangunan di kota Langsa.

Peran serta masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan daerah merupakan salah satu syarat mutlak dalam era kebebasan dan keterbukaan. Di mana masyarakat sendirilah yang akan memainkan peran utama dalam mengimplementasikan program pembangunan di daerahnya, sedangkan kelompok luar bertindak sebagai fasilitator, dinamisator, katalisator, mediator dan komunikator, serta peran Badan Pemberdayaan Masyarakat lebih merupakan pelengkap dan penunjang termasuk menentukan aturan dasar permainannya. Bagi aparatur pemerintah maupun masyarakat, implementasi program pembangunan harus dianggap sebagai suatu proses belajar sosial melalui proses evaluasi terhadap segala hal yang telah dicapai dalam pelaksanaan pembangunan, serta mempelajari berbagai kendala yang dihadapi.

Proses pemberdayaan masyarakat secara implisit mengandung makna, terdapatnya faktor inisiatif yang berasal dan berkembang dari masyarakat sendiri, sedangkan peranan Badan Pemberdayaan Masyarakat sebagai komunikator pembangunan bertindak sebagai penampung dan mempertimbangkan segala keluhan dari masyarakat. Oleh karena itu dalam hal ini Badan Pemberdayaan Masyarakat sebagai perpanjangan tangan pemerintah sangat dituntut agar memiliki kepekaan serta kemampuan untuk dapat memberi respon, terhadap inisiatif dan keluhan yang berasal dari tingkat bawah karena dalam kenyataan, inisiatif dan keluhan masyarakat bawah seringkali diabaikan. Terkadang bila diabaikan dan masyarakat tidak memperoleh perhatian dan tanggapan maka terpaksa mengambil jalan pintas walaupun kadang-kadang merupakan pelanggaran hukum yaitu dengan melakukan pengrusakan ataupun hal-hal yang anarkhis. Pada hakikatnya apabila partisipasi sosial mengandung makna agar masyarakat dan Badan Pemberdayaan Masyarakat sama-sama berperan dalam proses mewujudkan pembangunan. Dengan pendekatan memperlakukan manusia sebagai subjek dan bukan objek pembangunan.

Terbitnya Undang-undang Otonomi Daerah No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah harus diakui memang menimbulkan banyak fenomena sosial di tengah-tengah masyarakat *gampong*, khususnya dalam dunia politik, hukum dan budaya. Dengan berlakunya undang-undang ini maka telah terjadi pergeseran sebahagian besar pelaksanaan tugas pemerintahan yang sangat signifikan, yakni beralihnya pelaksanaan tugas pemerintahan yang sebahagian besar telah dilakukan di Daerah Kabupaten/ Kota. Berdasarkan Undang-undang No 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dinyatakan bahwa salah satu urusan wajib yang menjadi kewenangan Pemerintah Daerah Kabupaten/ Kota adalah perencanaan dan pengendalian pembangunan.<sup>2</sup> Ditegaskan juga bahwa unsur Agama merupakan pola dasar penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah. Semangat keagamaan tersebut semakin lebih kuat, ketika azas keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa ditetapkan sebagai landasan utama bagi pelaksanaan pembangunan nasional.

Dalam Tap MPR No. IV Tahun 1999 tentang GBHN 1999-2004 mengamanatkan bahwa dalam rangka pemberdayaan masyarakat terutama petani dan nelayan melalui penyediaan prasarana. Pembangunan sistem agribisnis, industri kecil dan kerajinan rakyat, pengembangan kelembagaan, penguasaan teknologi dan pemanfaatan sumberdaya alam adalah untuk mempercepat pembangunan desa. Untuk visi, misi, wawasan pembangunan, arah dan pendalaman pembangunan menurut GBHN 1999-2004 yang dimotori pembangunan daerah, maka dikembangkan salah satu program pembangunan pedesaan yang berakar dari masyarakat yaitu Dana Pembangunan Desa/Kelurahan (DPD/K). Secara *bottom up*, pada hakekatnya kebijakan tersebut menjadi upaya politik *developmentalism* di desa, yang penyelenggaraannya ditekankan pada dua aspek; *Pertama*, menciptakan ruang atau peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan dirinya. *Kedua*, mengupayakan pemberdayaan masyarakat agar mampu memanfaatkan peluang yang ada.<sup>3</sup>

Pembangunan merupakan hak setiap orang dan harus dinikmati oleh setiap anggota masyarakat, termasuk masyarakat di pedesaan. Pembangunan yang dilakukan harus mampu membangkitkan masyarakat desa dari ekonomi tradisional ke arah ekonomi modern, dari ekonomi lemah ke arah ekonomi tangguh, dari ekonomi subsistem ke arah ekonomi pasar dan dari kondisi ketergantungan ke arah kondisi kemandirian. Transformasi masyarakat perdesaan sebagaimana yang diharapkan baru bisa terjadi apabila pihak pemerintah daerah di era otonomi ini mampu memenuhi beberapa syarat yang dibutuhkan: (1) lembaga yang kuat; (2) mampu mengalokasikan sumber daya alam yang ramah lingkungan; (3) sumber daya manusia yang tangguh; (4) teknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat desa; (5) modal yang cukup bagi masyarakat.<sup>4</sup>

Dalam pelaksanaan program pembangunan masyarakat, para komunikator terlebih dahulu melihat permasalahan yang dihadapi masyarakat, sehingga iklim komunikasi berjalan secara dinamis dan apa yang diinginkan masyarakat lebih mudah dipahami. Namun perubahan yang dibawa oleh komunikator pembangunan tidak serta merta diterima oleh masyarakat di Kota Langsa. Ide-ide perubahan yang disampaikan pemerintah kepada masyarakat membutuhkan proses yang cukup lama, karena pemerintah berhadapan dengan masyarakat yang sudah berpuluh-puluh tahun hidup dengan kebiasaan-kebiasaannya.

## **Landasan Teori**

### **1. Komunikasi Pembangunan**

Komunikasi pembangunan adalah proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah, yang dalam keselarasannya dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat<sup>5</sup>. Komunikasi pembangunan sendiri memiliki dua pengertian, baik secara luas maupun secara sempit. Pengertian komunikasi pembangunan secara luas adalah peran dan fungsi komunikasi (sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama masyarakat dan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan. Sedangkan dalam arti sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang bersal dari pihak yang memprakarsai pembangunan yang ditujukan pada masyarakat luas.

Komunikasi pembangunan dalam pengertian yang sempit, merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas, dengan tujuan agar masyarakat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang disampaikan. Sedangkan dalam arti yang luas, komunikasi pembangunann meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) di antara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan<sup>6</sup>.

Keberhasilan pembangunan berawal dari adanya komunikasi dalam pembangunan. Komunikasi memiliki peran dalam pelaksanaan pembangunan.<sup>7</sup> Hedebero mengidentifikasi tiga aspek komunikasi dan pembangunan yang berkaitan dengan tingkat analisisnya, yaitu;

- 1). Pendekatan yang berfokus pada pembangunan suatu bangsa, dan bagaimana media massa dapat menyumbang dalam upaya tersebut. Di sini, politik dan fungsi-fungsi media massa dalam pengertian yang umum merupakan objek studi, sekaligus masalah-masalah yang menyangkut struktur organisasional dan pemilikan, serta kontrol terhadap media. Untuk studi jenis ini, sekarang digunakan istilah kebijakan komunikasi dan merupakan pendekatan yang paling luas dan bersifat general (umum).
- 2). Pendekatan yang juga dimaksudkan untuk memahami peranan media massa dalam pembangunan nasional, namun lebih jauh spesifik. Persoalan utama dalam studi ini adalah bagaimana me-

dia dapat dipakai secara efisien, untuk mengajarkan pengetahuan tertentu bagi masyarakat suatu bangsa.

- 3). Pendekatan yang berorientasi kepada perubahan yang terjadi pada suatu komunitas lokal atau desa. Studi jenis ini mendalami bagaimana aktivitas komunikasi dapat dipakai untuk mempromosikan penerimaan yang luas akan ide-ide dan produk baru.

Dari sekian banyak ulasan para ahli mengenai peran komunikasi pembangunan, Hedebero mendaftar 12 peran yang dapat dilakukan komunikasi dalam pembangunan, yakni:<sup>88</sup>

- 1). Komunikasi dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan membujuk nilai-nilai, sikap mental, dan bentuk perilaku yang menunjang modernisasi.
- 2). Komunikasi dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan baru, mulai dari baca-tulis ke pertanian, hingga ke keberhasilan lingkungan, hingga reparasi mobil.
- 3). Media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan.
- 4). Media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri, sehingga mengurangi biaya psikis dan ekonomis untuk menciptakan kepribadian yang *mobile*.
- 5). Komunikasi dapat meningkatkan aspirasi yang merupakan perangsang untuk bertindak nyata.
- 6). Komunikasi dapat membantu masyarakat menemukan norma-norma baru dan keharmonisan dari masa transisi.
- 7). Komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan di tengah kehidupan masyarakat.
- 8). Komunikasi dapat mengubah struktur kekuasaan pada masyarakat yang bercirikan tradisional, dengan membawa pengetahuan kepada massa. Mereka yang beroleh informasi akan menjadi orang yang berarti, dan para pemimpin tradisional akan tertantang oleh kenyataan bahwa ada orang-orang lain yang juga mempunyai kelebihan dalam hal memiliki informasi.
- 9). Komunikasi dapat menciptakan rasa kebangsaan sebagai sesuatu yang mengatasi kesetiaan-kesetiaan lokal.
- 10). Komunikasi dapat membantu mayoritas populasi menyadari pentingnya arti mereka sebagai warga negara, sehingga dapat membantu meningkatkan aktivitas politik
- 11). Komunikasi memudahkan perencanaan dan implementasi program-program pembangunan yang berkaitan dengan kebutuhan penduduk
- 12). Komunikasi dapat membuat pembangunan ekonomi, sosial, dan politik menjadi suatu proses yang berlangsung sendiri (*self-perpetuating*).

Konsep komunikasi pembangunan dapat dilihat dalam arti yang luas dan terbatas. Dalam arti yang luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal-balik) diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, kemudian pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan. Sedang dalam arti yang sempit, komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang disampaikan tadi.

Agar komunikasi pembangunan lebih berhasil mencapai sasarannya, serta dapat menghindarkan kemungkinan efek-efek yang tidak diinginkan. Kesenjangan efek ditimbulkan oleh kekeliruan cara-cara komunikasi, hal ini bisa diperkecil bila memakai strategi komunikasi pembangunan yang dirumuskan sedemikian rupa, yang mencakup prinsip-prinsip berikut:

- a. Penggunaan pesan yang dirancang secara khusus (*tailored message*) untuk khalayak yang spesifik.
- b. Pendekatan “*ceiling effect*” yaitu dengan mengkomunikasikan pesan-pesan yang bagi golongan yang dituju (katakanlah golongan atas) merupakan redudansi (tidak lagi begitu berguna karena sudah dilampaui mereka atau kecil manfaatnya, namun tetap berfaedah bagi golongan khalayak yang hendak dicapai.
- c. Penggunaan pendekatan “*narrow casting*” atau melokalisir penyampaian pesan bagi kepentingan khalayak .
- d. Pemanfaatan saluran tradisional, yaitu berbagai bentuk pertunjukkan rakyat yang sejak lama berfungsi sebagai saluran pesan yang akrab dengan masyarakat setempat.
- e. Pengenalan para pemimpin opini di kalangan lapisan masyarakat yang berkekurangan (*disadvantage*), dan meminta bantuan mereka untuk menolong mengkomunikasikan pesan-pesan pembangunan.
- f. Mengaktifkan keikutsertaan agen-agen perubahan yang berasal dari kalangan masyarakat sendiri sebagai petugas lembaga pembangunan yang beroperasi di kalangan rekan sejawat mereka sendiri.
- g. Diciptakan dan dibina cara-cara atau mekanisme keikutsertaan khalayak (sebagai pelaku-pelaku pembangunan itu sendiri) dalam proses pembangunan, yaitu sejak tahap perencanaan sampai evaluasinya (Nasution, 2004:163-164).

Menurut AED (1985), ada empat strategi komunikasi pembangunan yang telah digunakan selama ini, yaitu:<sup>9</sup>

- a. Strategi-strategi yang didasarkan pada media yang dipakai (*media based strategy*).
- b. Strategi-strategi disain instruksional.
- c. Strategi-strategi partisipatori.
- d. Strategi-strategi pemasaran.

Masing-masing strategi mencerminkan suatu rangkaian prioritas tertentu mengenai bagaimana menggunakan komunikasi untuk mencapai kebutuhan-kebutuhan pembangunan.

## **2. Peran Komunikasi Pembangunan**

### **a) Pengertian Peran Komunikasi Pembangunan**

Agen komunikasi pembangunan adalah sejumlah orang yang ikut mempelopori, menggerakkan dan menyebarluaskan proses perubahan dalam kehidupan sosial masyarakat dengan dibekali kualifikasi dasar diantaranya adalah teknis, administratif dan hubungan antar pribadi. Duncan dan Zaltman sebagaimana dikutip Zulkarimen Nasution memberi gambaran kualifikasi dasar agen komunikasi pembangunan kedalam tiga hal, yaitu:

- 1) Kualifikasi teknis, yaitu kompetensi teknis dalam tugas spesifik dari proyek perubahan yang bersangkutan
- 2) Kemampuan administratif, yaitu persyaratan administratif yang paling dasar dan elementer, yakni kemauan untuk mengalokasikan waktu untuk persoalan-persoalan yang relatif menjelimet (*detailed*)
- 3) Hubungan antarpribadi, suatu sifat yang paling penting adalah empati, yaitu kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi diri dengan orang lain, berbagi perspektif dan perasaan dengan orang lain sehingga seakan-akan ia mengalami sendiri apa yang dirasakan orang lain.<sup>10</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa agen komunikasi pembangunan adalah tugas yang dikerjakan secara profesional. Dalam hal ini seorang agen komunikasi dituntut memiliki kredibilitas dan kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku. Rogers mengatakan kredibilitas adalah tingkat di mana komunikator dipersepsi sebagai suatu kepercayaan dan memiliki kemampuan oleh penerima.<sup>11</sup>

b) Tugas-tugas Komunikasi Pembangunan

Membicarakan tugas agen komunikasi atau agen pembaharu, berarti membahas tentang apa yang dilakukan oleh agen pembaharu dalam usaha mempengaruhi masyarakat dalam melakukan perubahan. Menurut Rogers dan Shoemaker, ada tujuh tugas agen komunikasi pembangunan<sup>12</sup>, yaitu:

- 1) Menumbuhkan keinginan untuk melakukan perubahan. Sebagai langkah awal, seorang agen pembaharu perlu menyadarkan kliennya agar bersedia melakukan perubahan. Hal itu dilakukan secara intensif, terutama pada masyarakat yang belum maju. Pendeknya, horison perencanaan, rendahnya aspirasi, tingginya sikap pasrah nasib dan rendahnya motivasi berprestasi merupakan ciri-ciri umum penduduk desa. Ini berarti agen komunikasi harus bertindak sebagai katalisator, artinya sebagai tokoh yang mampu mempengaruhi kliennya ke arah perubahan. Dalam memulai proses perubahan, agen pembaharu dapat mengemukakan alternatif-alternatif baru untuk mengatasi problem yang ada dan meyakinkan bahwa kliennya dapat mengatasi masalah yang mereka hadapi.
- 2) Membina hubungan dalam rangka perubahan (*change relationship*). Agen komunikasi atau pembaharu harus membina keakraban dengan kliennya begitu perubahan itu mulai tampak pada kliennya. Seorang agen komunikasi dapat melakukan hal tersebut dengan menciptakan kesan bahwa dirinya dapat dipercaya, jujur dan empati dengan kebutuhan dan masalah-masalah kliennya. Klien harus lebih dahulu bisa menerima agen pembaharu secara fisik dan sosial sebelum mereka diminta menerima perubahan yang dipromosikan.
- 3) Mendiagnosa permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Agen komunikasi atau pembaharu harus menganalisa situasi problematis kliennya untuk menentukan mengapa cara yang ada tidak lagi memenuhi kebutuhan mereka. Untuk mencapai kesimpulan diagnotisnya, agen pembaharu harus mampu memahami situasi dari sudut pandangan kliennya. Secara psikologis, hal ini menuntut seorang pembaharu harus terjun ke dalam situasi kliennya, agar dapat melihat dunia kliennya menurut pandangan klien itu sendiri.
- 4) Menciptakan keinginan perubahan di kalangan klien. Seorang agen komunikasi harus membangkitkan motivasi kliennya untuk mengadakan perubahan. Motivasi tersebut diharapkan dapat menimbulkan dorongan untuk berubah pada klien, atau paling tidak klien menaruh minat kepada perubahan yang disampaikan. Tetapi dalam hal ini, agen pembaharu harus berorientasi pada kebutuhan klien.
- 5) Merencanakan tindakan yang nyata dalam pembaruan. Seorang agen komunikasi hendaknya berusaha mempengaruhi perilaku kliennya dengan rekomendasinya berdasarkan kepada kebutuhan kliennya. Intinya, seorang agen pembaharu harus berusaha mempromosikan pelaksanaan program pembaruan yang ia sarankan.
- 6) Menjaga kestabilan perubahan dan mencegah terjadinya *drop out*. Seorang agen komunikasi dapat menjaga penerima perubahan secara efektif dengan memberikan informasi atau pesan-pesan yang menunjang, sehingga kliennya merasa aman dan tetap terasa segar dalam melaksanakan pembaruan tersebut. Bantuan yang demikian sangat perlu diberikan kepada klien, terutama klien sedang dalam tahap percobaan sebelum mengambil keputusan.
- 7) Mencapai suatu terminal hubungan. Tujuan seorang agen pembaharu adalah berkembangnya perilaku “memperbarui diri sendiri” pada kliennya. Agen harus berusaha mengembangkan kemampuan kliennya untuk menjadikan dirinya sebagai agen pembaharu, yakni dapat mengenali dan memilih inovasi yang cocok untuk kebutuhan dirinya sendiri. Dengan kata lain, seorang agen pembaharu harus berusaha mengubah kliennya dari bergantung kepada agen pembaharu menjadi percaya pada diri sendiri. Jika keadaan yang demikian sudah tercapai, maka agen pembaharu bisa memutuskan hubungan untuk sementara dengan kliennya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dimengerti bahwa agen pembaharu dapat bertindak sebagai stimulator sekaligus sebagai inisiator dalam proses penerimaan ide-ide pembaruan bagi klien.

c) Pembangunan Keagamaan

Pembangunan menurut berbagai literatur seringkali didefinisikan sebagai suatu proses yang berkesinambungan. Sebagai sebuah proses, maka pembangunan merupakan kegiatan yang berlangsung secara dinamis, bukan statis. Pembangunan adalah suatu orientasi dan kegiatan usaha yang tanpa akhir. Sebagai suatu proses, kegiatan pembangunan itu berlangsung dalam suatu totalitas, mulai dari kegiatan perencanaan, pelaksanaan sampai pada evaluasi.<sup>13</sup> Setiap kegiatan dalam proses itu tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Apa yang direncanakan, itu yang akan dilaksanakan. Apa yang dilaksanakan, itu yang akan dievaluasi. Selanjutnya, temuan dari evaluasi menjadi masukan kembali dalam penyusunan rencana baru, begitu seterusnya. Meski proses kegiatan berlangsung secara berulang, namun tidak boleh bersifat rutin dan berjalan ditempat. Kondisi baru harus menjadi makin baik dan meningkat melalui identifikasi dan upaya untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang dijumpai pada setiap tahap dalam proses kegiatan.

Dalam ajaran Islam, pengertian tentang pembangunan disebutkan sebagai “Menuju kepada keadaan yang lebih baik daripada sebelumnya.” Pengertian tersebut menempatkan pembangunan dalam posisi yang dinamis. Maksudnya, kondisi tersebut tidak berada sebagai sesuatu yang tetap, tetapi berada dalam posisi yang selalu berubah secara terus-menerus. Tidak pernah berhenti, karena rangkaian perubahan merupakan hasil kegiatan pembangunan. Dengan demikian, dalam kehidupan terdapat proses perbaikan terus-menerus tanpa henti. Sebab itu dalam konsep Islam manusia dikatakan merugi kalau tidak lebih baik dari kondisi kemarin, meskipun dalam kenyataan tidak menjadi lebih buruk, apalagi kalau menjadi lebih mundur.

Sedangkan agama mempunyai peranan yang besar dalam proses pembangunan suatu bangsa dan dapat juga menjadi faktor disintegrasi. Horton dan Hunt membedakan fungsi agama menjadi dua macam yaitu fungsi manifes dan fungsi laten. Fungsi manifes dan laten agama berkaitan dengan segi doktrin, ritual dan aturan perilaku dalam agama. Emilia Durkheim berpandangan bahwa agama mempunyai fungsi positif bagi integrasi masyarakat, baik pada tingkat mikro maupun makro. Pada tingkat mikro, menurut Durkheim, fungsi agama ialah sebagai sarana komunikasi seseorang dengan Tuhan sehingga orang yang beriman bukan hanya mengetahui kebenaran yang tidak diketahui.<sup>14</sup>

Pembangunan menurut pandangan Islam merupakan agen pembangunan utama dimuka bumi ini. Karena manusia merupakan subjek sekaligus objek yang harus dibangun secara totalitas, baik yang bersangkutan dengan pembangunan moral maupun spritualnya. Hal ini sangat erat kaitannya dengan apa yang dilakukan Rasulullah saw. Yaitu membangun manusia yang berada dalam lembah kehinaan, kenistaan dan kebiadaban atau kehancuran total kehidupan spritual moral dan fisik meterial. Rasulullah saw telah melakukan pembangunan manusia dalam bidang akidah, akhlak, ibadah, keluarga, sosial kemasyarakatan, politik, ekonomi, pendidikan dan lain-lain. dengan ajaran Islam, nabi Muhammad saw membangun manusia, sehingga tercipta tatanan peradaban yang Islami.<sup>15</sup>

## Kesimpulan

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam membangun masyarakat gampong, ada tiga peran yang dimainkan Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Langsa sebagai Komunikator Pembangunan sosial keagamaan. *Pertama*, Badan Pemberdayaan Masyarakat berperan sebagai katalisator atau sebagai orang yang berupaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. *Kedua*, Badan Pemberdayaan Masyarakat kota Langsa berperan sebagai orang yang memberikan solusi (*problem solver*) bagi setiap permasalahan yang dihadapi masyarakat, terutama dalam pembangunan. *Ketiga*, Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Langsa berperan sebagai innovator yang memperkenalkan yang memperkenalkan ide-ide maupun penemuan-penemuan baru kepada masyarakat, terkait dengan dengan penggunaannya dalam mendukung suksesnya pembangunan. *Keempat*, Badan Pemberdayaan Masyarakat berperan sebagai penghubung (*linker*) masyarakat dengan

pihak-pihak lain yang dapat membantu masyarakat keluar dari berbagai permasalahan, terutama yang berkaitan dengan persoalan pembangunan.

Adapun hasil dari peran yang dimainkan Badan Pemberdayaan Masyarakat sebagai agen komunikasi belum mencapai hasil yang memuaskan. Hal tersebut disebabkan karena sumber daya manusia sebagai agen komunikasi pembangunan masih rendah. Adapun masalah dan identifikasi yang dilakukan oleh komunikator pembangunan terhadap masalah yang dihadapi masyarakat kurang mengakar, sehingga Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Langsa sulit merubah paradigma tradisional masyarakat kepada paradigma modern.

Untuk mengatasi hal tersebut, Badan Pemberdayaan Masyarakat kota Langsa melakukan langkah-langkah strategis dengan melakukan penyuluhan kepada masyarakat secara berkesinambungan, melibatkan organisasi-organisasi kemasyarakatan diluar lingkungan pemerintahan, melakukan pendampingan, meningkatkan kualitas SDM agen komunikasi pembangunan, memberdayakan lembaga adat dan oeganisasi sosial masyarakat, peningkatan usaha ekonomi masyarakat, dan memanfaatkan sumber daya alam dan teknologi tepat guna.

### (Endnotes)

<sup>1</sup> Secara ideal, pembangunan nasional di Indonesia bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur sebagaimana yang diamanatkan oleh Pancasila dan UUD 1945. Lihat, Pembukaan UUD 1945 alinea IV.

<sup>2</sup> Undang-undang No. 34 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah

<sup>3</sup> Annisa Purwatiningsih, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pembangunan Desa (Suatu Kajian dalam Kebijakan Program Dana Pembangunan Desa Wringin Anom Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang) dalam *Jurnal Administrasi Negara Universitas Brawijaya*. Vol. II th 2007. h. 3.

<sup>4</sup> Adam Idris, "Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program Pembangunan Bagi Masyarakat Perdesaan Di Era Otonomi" dalam *Jurnal Administrasi Negara Vol. II No. 02 Maret 2002*. h. 45.

<sup>5</sup> Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, h. 92.

<sup>6</sup> Zulkarnen Nasution, *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*, (Jakarta: Raja Graфика Persada, 1996), h. 92.

<sup>7</sup> Zulkarnen Nasution, *Komunikasi Pembangunan*, h. 95-96

<sup>8</sup> *Ibid*, h. 100

<sup>9</sup> Zulkarnen Nasution, *Komunikasi Pembangunan*, h. 164

<sup>10</sup> Zulkarnen Nasution, *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori dan Penerapannya*, cet. 4 (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002). h. 113-114.

<sup>11</sup> Hal ini berkaitan juga dengan konsep *homofili* dan *heterofili*. *Homofili* yaitu suatu tingkatan dimana pasangan individu yang berinteraksi sepadan dalam perangkat tertentu seperti kepercayaan, nilai-nilai, pendidikan, status sosial dan sebagainya. *Heterofili*, yaitu di mana pasangan individu yang berinteraksi berbeda dalam ciri dan sifatnya. Dalam hal ini Rogers mengatakan bahwa kedekatan fisik dan sosial lebih bisa memudahkan satu kelompok untuk melakukan komunikasi dan komunikasi yang dibangun pun dapat lebih efektif. Lihat, Everett M. Rogers dan F. Floyd Shoemaker, *Communication of Innovations*, terj. Abdillah Hanafi (Surabaya: Usaha Nasional, 1981), h. 133-134.

<sup>12</sup> Everett Rogers dan Shoemaker, *Communication*, h. 99-101.

<sup>13</sup> Bintoro Tjokroamidjojo dan Mustofadidjaya A.R, *Teori Strategi Pembangunan Nasional* (Jakarta:



PT. Gunung Agung, 1980), h. 1-2.

<sup>14</sup> Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi* (Jakarta : Lembaga Penerbit FE Universitas Indonesia, 2000), h. 71.

<sup>15</sup> Am.Saifuddin, et.al, *Desekularisasi Pemikiran : Landasan Islamisasi*, cet.2, (Bandung : Mizan, tt), h. 168-169.

<sup>16</sup> Jadwal Khatib Jum'at terlampir.

<sup>17</sup> Zulkarnen Nasution, *Komunikasi*, h. 82.

<sup>18</sup> Astrid, S. Susanto, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Bina Cipta, 1977), h. 12.

<sup>19</sup> Albert Hilbrink, "Radio Sebagai Alat Penyuluh Pertanian (Forum Siaran Pedesaan di Indonesia)" Dalam Edward Depari dan Colin Mac Andrews (ed), *Peranan Komunikasi Masa Dalam Pembangunan*, cet. 6 (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1995), h. 118-126.

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> Zulkarnen Nasution, *Komunikasi*, h. 128.

<sup>22</sup> Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, cet. 5 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), h. 28.

<sup>23</sup> *Ibid.*, h. 29.

<sup>24</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* cet. 18 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 52.

<sup>25</sup> Hedebro, *Communication and Social Change in Developing Nations; a Critical View* Part I and Part II (Stockholm: Ekonomuska Forskning-Institute, 1979), h. 79-80.

<sup>26</sup> Everett Rogers dan Shoemaker, *Communication*, h. 24.

<sup>27</sup> *Ibid.*

<sup>28</sup> *Ibid.*, h. 286.

<sup>29</sup> *Ibid.*, h. 37-38.

<sup>30</sup> Fred Wibowo, *Komunikasi Media Teater Rakyat* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 1994). h. 2-3.

<sup>31</sup> Mansour Fakih, *Budaya Bisu* (Jakarta: Perhimpunan Pengembangan Pesantren dan Masyarakat 1989), h. 5.

<sup>32</sup> Martono, Nanang. *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*, (Jakarta : Rajawali Press, 2011), h. 53

<sup>33</sup> Eko Sutoro, *Pemberdayaan Masyarakat Desa. Materi Diklat Pemberdayaan Masyarakat Desa*, (yang diselenggarakan Badan Diklat Provinsi Kaltim, Samarinda, Desember 2002), h. 13

<sup>34</sup> Arifin, Anwar, 1994, *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, cetakan ketiga Desember 1994, (Bandung , CV Armico). h. 10

<sup>35</sup> <http://fauzy69.blogspot.co.id/>

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdul Muis, *Komunikasi Islam*, Bandung : Remaja Rosdakarya , 2001.
- Adam Idris, “*Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Program Pembangunan Bagi Masyarakat Perdesaan Di Era Otonomi*” dalam *Jurnal Administrasi Negara Vol. II No. 02 Maret 2002*.
- Albert Hilbrink, “*Radio Sebagai Alat Penyuluh Pertanian (Forum Siaran Pedesaan di Indonesia)*” Dalam Edward Depari dan Colin Mac Andrews (ed), *Peranan Komunikasi Masa Dalam Pembangunan*, cet. 6 Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1995.
- Alwi Dahlan, *Sistem-Sistem Komunikasi yang Memadai di Indonesia* Jakarta: Departemen Penerangan RI, 1977.
- Am.Saifuddin, et.al, *Desekularisasi Pemikiran : Landasan Islamisasi*, cet.2, Bandung : Mizan, tt.
- Annisa Purwatiningsih, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi partisipasi Politik Masyarakat dalam Pembangunan Desa*” dalam *Jurnal Fisipol Unibraw* [www.publik.brawijaya.ac.id](http://www.publik.brawijaya.ac.id), 2002.
- Astrid, S. Susanto, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek* Jakarta: PT. Bina Cipta, 1977.
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi* Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003.
- Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Elizabeth K. Nottingham, *Agama dan Masyarakat*, Jakarta : PT.RajaGrafindo Persada, 1999.
- Everett Rogers, *Network Analysis of The Diffusion of Innovation* Institute for Communication Research: Stanford University, 1985.
- Everett M. Rogers dan F. Floyd Shoemaker, *Communication of Innovations*, terj. Abdillah Hanafi, Surabaya: Usaha Nasional, 1981.
- Fred Wibowo, *Komunikasi Media Teater Rakyat*, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 1994.
- Hamzah, *Peran Agen Komunikasi Pembangunan Dalam Mensosialisasikan Syariat Islam Di Kota Langsa (Analisa Sosialisasi Terhadap Qanun Nomor 5 Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam)* Tesis: Program Pascasarjana IAIN SU Medan, 2006.
- Havelock, R.G., *The Change Agent's Guide to Innovation in Education*, Englewood Cliffs, N.J. : Education Technology Publications, 1977.
- Hedebro, *Communication and Social Change in Developing Nations; a Critical View* Part I and Part II Stockholm: Ekonomuska Forskinig-Institute, 1979.
- Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi*, Jakarta : Lembaga Penerbit FE Universitas Indonesia, 2000.
- Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Mansour Fakhri, *Budaya Bisu*, Jakarta: Perhimpunan Pengembangan Pesantren dan Masyarakat 1989.
- Mahbub al Haq, et al, *Human Development Report*, New York: Oxford University Press, 1976.
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi Jakarta: UI Press, 1992.
- Mawardi Siregar, *Sistem Komunikasi Pemerintah Dalam Pembangunan Keagamaan di Kabupaten Tapanuli Selatan* (Tesis: Program Pascasarjana IAIN SU Medan, 2007).
- Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, cet. 5. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, cet. 18, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Pandam Guritno, “*Wayang Purwa Sebagai Medium Komunikasi*” dalam Eduard Depari dan Colin MacAndrews, *Peranan Komunikasi*.
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2006.

- Rencana Strategis Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Langsa, Bidang Pemberdayaan Adat dan Sosial Budaya, tahun 2009.
- Robert K.Merton, *Social Theory and Social Structure*, Glencoe, Illinois : The Free Press, 1949.
- Seyyed Hossen Nasr, *Islam : Agama, Sejarah dan Peradaban*, Surabaya : Risalah Gusti, 2003.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2006 Tentang Pemerintahan Aceh
- Qanun Kota Langsa No. 3 tahun 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Kota Langsa, Disusun Oleh Bagian Organisasi dan Tata Laksana Sekretariat Daerah Kota Langsa, Tahun 2008.
- Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori dan Penerapannya*, cet. 4 Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.

